



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan kerusakan lingkungan hidup kini menjadi fenomena yang wajib diperhatikan di hampir setiap negara. Banyaknya permasalahan lingkungan hidup semakin rumit dikarenakan kebutuhan sumber daya alam dan populasi manusia yang terus meningkat, mengakibatkan permasalahan lingkungan hidup terus meningkat pula. Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mengadakan konferensi yang membahas resolusi mengenai lingkungan hidup di Stockholm pada tahun 1972. Konferensi tersebut menjadi landasan tindak lanjut sikap PBB akan permasalahan lingkungan dengan berdirinya badan khusus PBB, yaitu *United Nations Enviromental Programme* (UNEP, 2019).

Indonesia sendiri mempunyai permasalahan lingkungan yang serius, tentu saja pemerintah memperhatikan permasalahan tersebut dan mengatur/menerbitkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup adalah:

Lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain.

Perhatian pemerintah Indonesia selain membuat UU juga membuat peraturan perundangan tentang lingkungan hidup dalam bentuk Peraturan

Pemerintah (PP), Peraturan Daerah (Perda), dan Keputusan Menteri (Kepmen).

Henrik Bodker dan Irene Neverla (2018) menjelaskan terdapat banyak alasan untuk mempertimbangkan *environmental journalism* (jurnalisme lingkungan) sebagai fokus yang signifikan secara akademis, menantang, dan berharga untuk studi jurnalistik. Permasalahannya sangat nyata dan beragam dalam skala regional maupun global (Bødker & Neverla, 2016, p. 2).

Permasalahan lingkungan hidup tentu saja menjadi perhatian media nasional. Menurut Soemarwoto (2004), perhatian media massa pada masalah lingkungan hidup mulai muncul sejak tahun 1960-an. Informasi yang diberikan pun umumnya mengenai masalah pencemaran lingkungan (Soemarwoto, 2004, p. 1).

Diskusi mengenai permasalahan lingkungan hidup secara nasional maupun global juga sering dilakukan. Indonesia masih memiliki banyak permasalahan lingkungan hidup yang serius. Hasil riset Badan Pusat Statistik (BPS) yang berjudul Laporan Indeks Perilaku Ketidakpedulian Lingkungan Hidup Indonesia 2018, menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih belum peduli dengan lingkungan hidup. Nilai Indeks Perilaku Ketidakpedulian Lingkungan Hidup (IPKLH) yang semakin besar (mendekati 1) menjelaskan semakin tinggi tingkat ketidakpedulian lingkungan, sedangkan semakin kecil (mendekati 0) menjelaskan semakin rendah tingkat ketidakpedulian lingkungan. IPKLH Indonesia pada tahun

2017 menunjukkan angka 0,51 (Mardiyah, 2018, p. 25).

Dari data laporan BPS pada tahun 2018, ketidakpedulian masyarakat Indonesia dengan lingkungan hidup masih tinggi. Untuk membuat masyarakat sadar akan pentingnya permasalahan lingkungan hidup, informasi mengenai permasalahan lingkungan hidup seharusnya diperbanyak.

Menurut McQuail (2012, p. 4) media massa adalah alat untuk bisa berkomunikasi secara serempak dan cepat kepada banyak orang secara luas. Oleh sebab itu, pemberitaan tentang permasalahan lingkungan hidup di media massa mampu memberikan pengetahuan mengenai realitas lingkungan hidup kepada khalayak. Pembaca (masyarakat) dari berbagai kalangan yang mendapatkan informasi mengenai isu lingkungan hidup dari media massa mampu tergerak untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap isu permasalahan lingkungan hidup.

Pada era digitalisasi seperti sekarang, penyebaran informasi sangat pesat dan mudah. Informasi dibutuhkan masyarakat demi memenuhi kebutuhan pengetahuan serta mengetahui situasi dan kondisi yang sedang terjadi di sekitar mereka bahkan dunia. Media baru (*New Media*) menjadi salah satu pilihan masyarakat luas.

Menurut Denis McQueail (2012, p. 148), media baru adalah berbagai alat perlengkapan berupa teknologi komunikasi secara digital yang tersedia secara massif untuk digunakan secara pribadi sebagai sarana komunikasi. Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup

kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagaimana besar teknologi yang disebut sebagai ‘media baru’ adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak.

McCombs dan Shaw dalam (Griffin, 2006, p. 395) menjelaskan media mempunyai kekuatan dalam setiap pemberitaannya, di sana terdapat kesesuaian antara agenda media dan agenda publik. Publik sendiri memiliki kebutuhan atas informasi, sehingga publik cenderung membiarkan media membangun pandangan mereka dengan informasi yang dipaparkan.

Media mempunyai kekuatan untuk menggiring opini publik dengan isu yang sedang hangat dengan memberitakannya secara terus-menerus, inilah yang tidak lepas dari pengertian *agenda setting*. Dapat dikatakan, media mampu mengatur sebuah isu atau peristiwa kepada khalayak. Hal tersebut yang membuat opini publik bahwa sebuah peristiwa tersebut menjadi penting (McQuail, 2011, p. 276).

Oleh karena itu, media dapat dikatakan mempunyai kekuatan untuk membentuk opini dan persepsi masyarakat terhadap isu. Terutama, media daring yang perkembangannya sangat pesat dan informasi yang diberikan pun lebih banyak dibanding media konvensional lainnya. Dalam sebuah artikel di laman *Kompas.com*, akses pengguna media digital dari Studi Nielsen di tahun 2018, terlihat generasi muda khususnya Generasi Z (10-19 tahun) sudah 50 persen mengakses internet, Generasi Milenial (20-34 tahun)

58 persen mengakses internet (Ika, 2018, para 2-3). Fakta tersebut yang membuat media daring terus berkembang dan hampir menggerus media cetak. Dapat dikatakan agenda media dalam hal ini media daring dapat mempengaruhi opini publik.

Sebagai contoh, pemberitaan mengenai peristiwa banjir pada awal tahun yang beredar di Indonesia pada media daring. Sakina Setiawan menulis artikel dalam (*Kompas.com*, 2020) yang diberi judul “Kerugian Dunia Usaha Akibat Banjir 2020 Capai Rp 1 Triliun” dan Achmad Fardiansyah menulis artikel dalam (*Okezone.com*, 2020) berjudul “Duka Pedagang Pasar Jatinegara yang Merugi Akibat Banjir” terlihat dampak dari banjir yang menggambarkan kerugian yang besar. Dari contoh kedua artikel tersebut membuat pemangku kebijakan, seperti Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Pasar Jaya DKI Jakarta membuat regulasi bebas kantong plastik sekali pakai mulai Juli 2020 di seluruh pasar tradisional Jakarta (Purningsih, 2020, para 3).

Jika dikaitkan dengan peristiwa tersebut, Everett Rogers dan James Dearing dalam (Morissan, 2013) menjelaskan media massa mempunyai kekuatan untuk mengangkat isu prioritas dalam agenda media lalu akan mempengaruhi dan menghasilkan agenda publik, kemudian agenda publik akan berinteraksi dengan pemangku kebijakan dan akan menghasilkan agenda kebijakan (Morissan, 2013, p. 498).

Media dapat menentukan topik dalam pemberitaan secara terus-menerus. Stephen W. Littlejohn dalam (Nurudin, 2019) menjelaskan agenda

media dalam banyak hal mampu menonjolkan isu-isu tertentu melalui berita yang diterbitkan, kemudian mampu mempengaruhi agenda publik dalam menyikapi suatu isu di masyarakat (Nurudin, 2019, p. 197-198). Kemampuan agenda media tersebut yang menjadi landasan peneliti untuk mengetahui persentase permasalahan lingkungan hidup ini lah yang menarik untuk diteliti.

Dari kemampuan agenda media yang dapat mempengaruhi agenda publik, peneliti ingin mencari persentase berita mengenai permasalahan lingkungan hidup yang muncul di media massa. Untuk itu lah peneli ingin meneliti persentase pemberitaan mengenai jurnalisme lingkungan dalam periode 1 – 31 Januari 2020 dibandingkan dengan jenis jurnalistik lainnya.

Peneliti juga memilih media daring nasional yaitu *Kompas.com* dan *Okezone.com*. Peneliti memilih *Kompas.com* karena dalam artikel yang ditulis Fika Nurul Ulya (*Kompas.com*, 2019) media daring ini sudah beberapa kali meraih penghargaan kategori “Trusted Media Online 2019” dari Superbrands, yang juga merupakan lembaga farbiter internasional untuk *brand-brand* terkemuka.

Gambar 1.1 *Kompas.com* mendapatkan penghargaan kategori *Trusted*


Online 2019 dari *Superbrands*



Sumber: *Kompas.com*

Okezone.com sendiri peneliti pilih karena media ini sekarang menempati peringkat pertama di situs *Alexa.com*. *Okezone.com* menempati peringkat nomor satu pada portal web media daring. *Alexa.com* sendiri memiliki pengertian *Alexa Rank* yang secara terminology merupakan nama situs yang memberikan informasi mengenai kualitas situs lain atau *website* mau pun *blog*. Penilaian ini berdasarkan tolak ukur tertentu, antara lain jumlah trafik pengunjung atau kualitas konten.

Gambar 1.2 Tangkapan layar situs *Alexa.com*

<div>  <div> An amazon.com company </div> </div> <div> SOLUTIONS ▼ TOOLS ▼ PRICING </div> <div> ARE YOU? GUIDES BLOG LOG IN </div> <div> START YOUR FREE TRIAL </div>				
Showing 50 of 500 results				
Want access to the complete list?		START YOUR FREE TRIAL		
Site	Daily Time on Site	Daily Pageviews per Visitor	% of Traffic From Search	Total Sites Linking In
1 Okezone.com	4:59	4.54	10.30%	17,116
2 Google.com	12:29	14.57	0.40%	2,099,188
3 Tribunnews.com	3:38	1.95	60.80%	30,513
4 Youtube.com	12:27	7.01	16.40%	1,605,436
5 Detik.com	7:48	4.61	24.90%	48,546
6 Grid.id	5:22	2.40	49.80%	7,556
7 Kompas.com	4:24	2.21	42.00%	46,122
8 Liputan6.com	5:07	2.36	54.10%	21,519

Sumber: *Alexa.com*

Jurnalistik lingkungan ikut menyumbang pengetahuan tentang permasalahan realitas lingkungan hidup kepada masyarakat. Dampak dari kerusakan lingkungan hidup akan sangat berpengaruh terhadap makhluk hidup, khususnya manusia. Ketidakpedulian dengan permasalahan lingkungan hidup karena terbatasnya informasi mengenai realitas lingkungan hidup itu sendiri. Oleh karena itu peneliti ingin mencari seberapa besar media massa memberitakan isu lingkungan hidup. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan metode analisis isi.

1.2 Rumusan Masalah

Peneliti ingin mengetahui persentase pemberitaan permasalahan lingkungan hidup pada portal media daring *Kompas.com* dan *Okezone.com* dibanding dengan jenis jurnalistik lainnya dan mengetahui isu permasalahan lingkungan apa yang paling sering diberitakan dalam kurun waktu satu bulan, (1 Januari – 31 Januari 2020) dengan kacamata teori agenda *setting*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Berapa persentase pemberitaan mengenai permasalahan lingkungan hidup di *Kompas.com* dibandingkan dengan pemberitaan lainnya pada 1 Januari – 31 Januari 2020?
2. Berapa persentase pemberitaan mengenai permasalahan lingkungan hidup di *Okezone.com* dibandingkan dengan pemberitaan lainnya pada 1 Januari – 31 Januari 2020?

3. Isu lingkungan hidup apa yang menjadi paling banyak diterbitkan di *Kompas.com* dan *Okezone.com*?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perbandingan persentase berita mengenai permasalahan lingkungan hidup dengan berita-berita lainnya di *Kompas.com* periode (1 – 31 Januari 2020).
2. Untuk mengetahui perbandingan persentase berita mengenai permasalahan lingkungan hidup dengan berita-berita lainnya di *Okezone.com* periode (1 – 31 Januari 2020).
3. Untuk mengetahui isu realitas lingkungan hidup apa yang paling banyak ditemukan di *Kompas.com* dan *Okezone.com*

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

1.5.1 Kegunaan Akademis

Menyediakan basis data tentang persentase pemberitaan media daring terhadap isu lingkungan hidup, dengan contoh persentase pemberitaan jurnalisme lingkungan (*environmental journalism*) satu bulan di setiap media daring (*Kompas.com* dan *Okezone.com*). Diharapkan penemuan yang diperoleh dapat digunakan oleh peneliti lain untuk meneliti topik mengenai jurnalisme lingkungan dan menjadi pemicu untuk hadirnya penelitian-penelitian baru yang membahas

mengenai jurnalisme lingkungan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil penelitian dapat berguna bagi perusahaan media daring, khususnya *Kompas.com* dan *Okezone.com* dalam memberi porsi terhadap pemberitaan jurnalisme lingkungan secara proporsional.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam mengambil sampel data yang akan dianalisis karena banyaknya total populasi dari kedua media, sementara proses pengambilan data yang dilakukan peneliti masih menggunakan cara manual. Data penelitian ini menggunakan data satu bulan, sehingga tidak mampu mewakili simpulan pada waktu yang berbeda.